भारत में पर्यटन का अर्थशास्त्रः आगरा के विशेष संदर्भ में

दयालबाग़ शिक्षण संस्थान (डीम्ड यूनिवर्सिटी)
दयालबाग़, आगरा
पीएच0 डी0 (अर्थशास्त्र) उपाधि हेतु
अनुसंधान की प्रस्तावित रूपरेखा
(2018)

शोध पर्यवेक्षक–
डॉ0 रेशम चोपड़ा
सहायक प्राध्यापक
विभाग अर्थशास्त्र

शोधार्थी–
निशा शर्मा

संकाय प्रमुख–
प्रो0 कमलजीत संधु
समाज विज्ञान संकाय

विभागाध्यक्ष–
प्रो0 एस पी श्रीवास्तव
विभाग अर्थशास्त्र

दयालबाग़ शिक्षण संस्थान (डीम्ड यूनिवर्सिटी)
दयालबाग़, आगरा– 282005

प्रस्तावनाः—

पर्यटन एक ऐसी यात्रा है, जो मनोरंजन या फुर्सत के पलों का आनन्द उठाने के उद्देश्यों से की जाती है। विश्व पर्यटन संगठन के अनुसार पर्यटक वे लोग हैं, जो यात्रा करके अपने सामान्य वातावरण से बाहर के स्थानों में रहने जाते हैं। यह दौरा ज्यादा से ज्यादा एक साल के लिए मनोरंजन के व्यापार व अन्य उद्देश्यों से किया जाता है। यह उस स्थान पर किसी खास क्रिया से सम्बन्धित नहीं होता है। आदिकाल से मनुष्य पर्यटन प्रेमी रहा है, पर्यटन का तात्पर्य देश विदेश मे परिभ्रमण है, पर्यटन निरूद्देश्य नही होता। पर्यटन की प्रेरणा राजनैतिक, धार्मिक, सांस्कृतिक, व्यवसायिक, आदि अनेक कारणों से प्राप्त हो सकती है पर्यटन दुनियाभर में एक आरामपूर्ण गतिविधि के रूप में लोकप्रिय हो गया है। पर्यटन गैर निवासियों की यात्रा और ठहरने से उत्पन्न सम्बन्ध और प्रक्रियाओं का योग है। पर्यटन का इतिहास उतना ही पुराना है जितना कि मानव जाति का इतिहास। भारतीय प्राचीन ग्रन्थों में स्पष्ट रूप से मानव के विकास, सुख और शान्ति की संतुष्टि व ज्ञान के लिए पर्यटन को अति आवश्यक माना गया है। उस समय मानव भोजन, जल, सुरक्षा, आधारभूत आवश्यकताओं की जरूरतों को पूरा करने के लिए भ्रमण करता था। परन्तु उस समय परिवहन की दुर्लभता के कारण भ्रमण करना भी बहुत कठिन था। परन्तु आज के परिवेश में हम देखें तो 21वीं शताब्दी में तकनीकी विज्ञान में नये नये अविष्कारों ने संचार व पर्यटन के क्षेत्र में अहम् भूमिका निभायी है। आज का जो पर्यटन है, वह सामाजिक, भौतिक, पर्यावरणीय, प्राकृतिक, धार्मिक, ऐतिहासिक, जिज्ञासात्मक तत्वों पर आधारित है। अन्तर्राष्ट्रीय परिवहन, पर्यटन बुनियादी ढांचा और अंतर क्षेत्रीय व अंतर्राष्ट्रीय विपणन रणनीतियों ने पर्यटन को तीव्र गति से बढ़ाना शुरू कर दिया है। राष्ट्रीय व अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन सेवा के लिए विकास और निर्माण कार्यक्रम लागू किये गये हैं। ताकि विदेशों के बीच प्रतियोगिता को लाया जा सके। वर्तमान मे काफी देशों व राज्यों के द्वारा कई रणनीति अपनायी गई है। जिससे पर्यटकों का ध्यान आकर्षित किया जा सके और इस उद्देश्य को पूरा करने में प्रतियोगिता विज्ञापन की शुरूआत अहम् भूमिका निभाती है, जो कि पर्यटकों के मस्तिष्क को एक विशेष क्षेत्र के लिए संभावित कल्पना बना कर आकर्षित करती है। प्राकृतिक परिदृश्य व मानव निर्मित परिदृश्य भी पर्यटकों को आकर्षित करनें में अहम् भूमिका निभाते हैं।

विशिष्ट परिवहन सुविधा, पर्यटन सेवा और विपणन ये सभी पर्यटन को और अधिक मजबूत बनाते हैं। पर्यटकों के उद्देश्यो या जरूरतों के अनुसार पर्यटन विभिन्न रूप से विकसित हो जाते हैं, जिसके फलस्वरूप वर्तमान में विभिन्न पर्यटन देखने को मिलते है, जो कि निम्नलिखित हैं।

- **व्यवसाय पर्यटन** व्यक्ति अपने व्यवसाय कार्य हेतु एक शहर से दूसरे शहर या एक देश से अन्य देशों में भ्रमण करते हैं।
- **धार्मिक पर्यटन** जब व्यक्ति या कुल समुदाय धार्मिक कार्यक्रम के आधार पर एक स्थान से दूसरे स्थान पर भ्रमण करते हैं।
- **सांस्कृतिक पर्यटन** प्रत्येक देश की अपनी एक संस्कृति है। जो स्वयं को भिन्न बनाती है। सस्कृति द्वारा लोगों के क्रिया–कलाप, रहन–सहन, भाषायी ज्ञान का परिचय होता है। इसके अन्तर्गत व्यक्ति या समुदाय किसी देश की संस्कृति की अनुभूति हेतु भ्रमण करते हैं।
- **स्वास्थ्य पर्यटन** कई पर्यटन स्थल स्वास्थ्य के दृष्टिकोण से उत्तम माने जाते है। वहाँ के शुद्ध वातावरण में पर्यटकों को स्वास्थ्य से सम्बन्धित सभी सेवायें उपलब्ध करायी जाती हैं।
- **अवकाश पर्यटन** पर्यटक अवकाश के दिनों को अन्य स्थानों पर घूम कर व्यतीत करता है। इस तरह दिन–प्रतिदिन पर्यटन के प्रकार के साथ साथ पर्यटन का महत्व भी बढ़ता जा रहा है।

पर्यटन के महत्व पर अगर हम प्रकाश डालें तो विभिन्न महत्व देखने को मिलेंगें। आर्थिक दृष्टि से भी इसका महत्व नकारा नहीं जा सकता। पर्यटन से हमारे देश को विदेशी मुद्रा अर्जित होती है। इसी कारण देश पर्यटन उद्योग को बढ़ावा दे रहा है। पर्यटन उद्योग निजी व सार्वजनिक क्षेत्रों के लिए आय अर्जन का एक सतत् स्त्रोत है। बाहर से आने वाले विदेशी पर्यटकों पर सरकार कर लगाती है, जो कि सरकार को राजस्व दिलाता है। भारतीय यात्रा एवं पर्यटन क्षेत्र में 2.5 प्रतिशत की क्षमता है जिसके पीछे अहम् कारण बजटीय आवंटन और स्वास्थ्य सेवाओं का सस्ता होना है। **विश्व यात्रा एवं पर्यटन परिषद् के अनुसार** भारत के सकल घरेलू उत्पाद में पर्यटन एवं यात्रा क्षेत्र का कुल योगदान 2016 में 208.9 अरब डॉलर रहा जो कि जी0डी0पी का 9.6 प्रतिशत था। और 2027 तक इसमें 10 प्रतिशत कि वृद्धि होने का अनुमान है। आधारभूत

संरचना के विकास के साथ ही पर्यटन का आधारभूत ढांचा सुदृढ़ हुआ है। जैसे– सड़क परिवहन, संचार, रेलमार्ग, इन तथ्यों पर सरकार अधिक विचार विमर्श करती है, और अधिक से अधिक खर्च करती है। इस प्रकार आदिकाल से वर्तमान की स्थिति को देखें तो पर्यटन क्षेत्र में बहुत अधिक परिवर्तन आया है। और वर्तमान में सरकार भी पर्यटन स्थल के रख–रखाव में अपना समय और धन दोनों खर्च कर रही है। इसलिए जरूरी है कि पर्यटन विषय पर गहन अध्ययन किया जाये ताकि बढ़ती अर्थव्यवस्था के साथ साथ पर्यटन क्षेत्रीय का भी तालमेल सही बैठ सके और भविष्य में इसे और अधिक महत्वपूर्ण बनाया जा सके। पर्यटन के बहुआयामी आकर्षणों से परिपूर्ण उत्तर प्रदेश, राजस्थान, मध्य–प्रदेश आदि भारत के ऐसे राज्य हैं। जहाँ पर्यटन विकास के साथ साथ निजी क्षेत्र के लिए भी पूँजी निवेश हेतु विपुल संभावनाएँ विद्यमान हैं।

भारत में वर्तमान पर्यटन उद्योगों में शीर्ष पर बना हुआ है। विभिन्न देशों से आने वाले पर्यटकों का भारत की ओर रूझान बढ़ा है। आज की स्थिति को देखते हुए पर्यटन क्षेत्र में अर्थव्यवस्था में अपनी पकड़ मजबूत बना ली है। विभिन्न प्रकार के कार्यक्रम जैसे राष्ट्रमंडल खेल 2010 एशियाई खेल, और अन्य प्रकार के कार्यक्रम पर्यटक उद्योगों को बढ़ावा देने में मदद करते हैं। इस प्रकार पर्यटन उद्योग भी अन्य उद्योगों को बढ़ावा देता हैं। जोकि एक निरन्तर बढ़ती या प्रगतिशील अर्थव्यवस्था के लिए आवश्यक माना जाता है। ऐसे कुछ उद्योग निम्नलिखित है– विमानन, परिवहन, चिकित्सा, पर्यटन, होटल और खेल। पर्यटन सैलानी मुख्यतः अपना समय अन्य देशों की अपेक्षा भारतीय परिवेश में काटता है। सन् 2010 से यह देखा गया है कि भारत में पर्यटकों का भ्रमण 22 प्रतिशत की दर से बढ़ता रहा है। पर्यटन एक ऐसा क्षेत्र है जो अपनी अहम भूमिका निभाता है। विदेशी विनिमय अर्जित करने व अर्थव्यवस्था के विकास मे यह क्षेत्र, शांतीपूर्ण देश कि प्रकृति और सुंदरता को दर्शाता है यह देश को दुनियाभर में एक बेहतर छवि बनाने का अवसर भी प्रदान करता है।

साहित्य का पुनर्वालोकनः–

क्रम संख्या	लेखक का नाम	वर्ष	शीर्षक / आधारित सामग्री	परिणाम
1	ग्रे, एच0 पी0	1966	द कंट्रिब्यूशन ऑफ इकोनोमिक्स इन टूरिज्म	पर्यटन का प्रत्यक्ष आर्थिक प्रभाव के साथ– साथ महत्वपूर्ण प्रेरित अप्रत्यक्ष प्रभाव भी है। होटल, ट्रेवल ऐजेंट, एअरलाइन, और अन्य यात्री परिवहन सेवाओ के साथ साथ रेस्तरां और अवकाश उद्योग की गतिविधियो के साथ सीधे व्यवहार करने वाले उद्योग दारा उत्पन्न जि0 डि0 पि0 पर पडता है
2	बकडोल्ट बी0 वी	1973	क्रौस सेक्शनल ट्रेवल डिमांड फंक्शनः यु0एस0 विजिटर टू हवाईं	इन्होने बताया है कि संयुक्त राज्य अमेरीका के हवाईं पर्यटन क्षेत्र मे सांख्यिकीय बहुत उपयोगी साबित हुई है इसमे समय मॉडल व क्रोस सेक्शनल मॉडल के बीच लोच को दर्शाया गया है जिससे पर्यटन का एक बेहतर समग्र चित्र प्रस्तुत हुआ है। हवाईं किराये मे परिवर्तन, क्रोस सेक्शन के अध्ययन को बेहतर अनुमान प्रदान करता है
3	डायमंड, जे0	1977	इंटरनेशनल टूरिज्म एंड द डवलपिंग कंट्रीज : ए केस स्टडी इन फेलियर	विकासशील देशो की शांती और समृधि, पर्यटन विकास को आर्थिक समृधि प्रदान करता है। सुरक्षा व शांती पर्यटन क्षेत्र को मजबूत आधारशीला प्रदान करता है। परंतु विकसित देशों से आने वाले पर्यटकों को यहॉ अतिरिक्त सुविधा मिल नहीं पाती यह एक बड़ा कारण है पर्यटको को विमुक्त करने का।
4	बल्टर, आर0 डब्ल्यू	1980	द कोनसेप्ट ऑफ ए टूरिस्ट एरिया साइकल ऑफ इवोलुशन	इम्प्लीकेशन फोर मेनेजमेंट ओफ रिर्सोस पर्यटन क्षेत्र के विकास में, पहचान योग्य चक्र की अवधारणा, इनकी बदलती लोकप्रियता का वर्णन करने के लिये मूल वक्र का उपयोग करते हैं पर्यटन विकास क्रम मे विशिष्ट चरणों का वर्णन किया गया है। और भविष्य के संभावित रूझानों की एक कड़ी बनाईं गयी है। पर्यटन संसाधनो के नियोजन और प्रबंधन मे इस मॉडल का प्रयोग किया गया है।
5	डेन, जी0एम0एस	1981	टूरिस्ट मोटिवेशनः एन अप्रेजल	शोधकर्ताओं द्वारा कई तरीको से पर्यटक प्रेरणा को संबोधित किया जाता है और कभी–कभी अन्योन्याक्षित अभिव्यक्ति का उपयोग भी करता है। पर्यटन क्षेत्र विशेष से संबंधित समानता और अंतर के क्षेत्रो

				को इंगित करता है। पर्यटकों की अनिच्छा या पर्यटकों की अक्षमता से संबंधित समस्याओं पर विचार किया गया है।
6	लिन, टि0बि0, सुंग	1983	टूरिज्म इन एशियाः द इकोनोमिक इंपेक्ट	पर्यटन के आर्थिक लाभ को आमतौर पर पर्यटक आगमन और विदेशी मुद्रा के संदर्भ मे मापा जाता है। हालांकी यह माप पर्यटन क्षेत्र के आर्थिक लाभों की आंशिक तस्वीर पेश करता है परियोजना ने पिछड़े और अग्रगामी संबंधो पर विचाार किया, जो की पर्यटन अर्थव्यवस्था के अन्य क्षेत्र से संबंधित है।
7	फलेचर, जे0ई	1986	द इकोनोमिक इम्पेक्ट ऑफ इंटरनेशनल टूरिज्म ओन द नेशनल इकोनोमी ऑफ द पब्लिक ऑफ पलाउ	पर्यटन व्यवसाय हस्तशिल्प, मनोरंजन, परिवहन के लिये संभावनाये प्रदान करता है यह पत्र गाम्बिया मे अपने हालिया पर्यटन निवेश द्वारा प्रदान की गई वास्तविक रोजगाार संभावनाओं का विश्लेषण करता है इसका निष्कर्ष एक संरचनात्मक विश्लेषण है और गांबिया में पर्यटक उद्योग के यह लक्षण आर्कषण पूर्ण है।
8	गुनाधि, एच0, बोई	1986	डिमांड इलास्टिसिटी औफ टूरिज्म इन सिंगापुर	एशिया के लिये संयुक्त राष्ट्र आर्थिक और सामाजिक आयोग और प्रशांत ने सिंगापुर पर्यटक वस्तुओं और पर्यटक प्रवाह की कीमतों के बीच संबंधो की जॉच के लिये एक अध्ययन स्थापित किया। पर्यटन की मांग अत्यधिक आय लोचदार पाई जाती है। जबकी कीमत और विनिमय दर के प्रभाव देशो के बीच भिन्न होते हैं।
9	ली0 जी	1987	टूरिज्म एज ए फेक्टर इन डवलपमेंट कोरपरेशन	जहॉ कोइ औद्योगिक, या कृषि आधार नही है या कोइ शोषण संसाधन नही है वहॉ पर्यटन विकासशील देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण योगदान दे सकता है। ई0 ई0 सी0 नीति विकल्पों और रणनितिक योजनाओं को परिभाषित करने और सहमत कार्यक्रमों को पूरा करने मे मदद करने के लिए उच्च गुणवत्ता वाली विशेषज्ञता भी प्रदान करता है।

10	एनडिंगटन, डब्ल्यू0 आर, रेडमन	1991	इकोनोमिक्स एंड टूरिज्म	अर्थव्यवस्था में पर्यटन का विस्तार तेज़ी के साथ हुआ है। पर्यटन की ही देन है की आज इस क्षेत्र मे सरकार को वार्षिक वृद्धि के साथ राजस्व प्राप्त हो रहा है। विदेशी विनिमय, युवाओं को नौकरी का एक साधन व माध्यम इन दिनों बना हुआ है।
11	एनडिंगटन, डब्ल्यू0 आर, रेडमन	1991	टूरिज्म, वेलफेयर एंड इन्डस्ट्रलाईजेशन इन ए स्माल ओपन इकोनोमी	एक सामान्य अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मॉडल का उपयोग करके मेज़बान देश में कल्याण, उत्पादन और कारक कीमतों पर पर्यटन के विस्तार के प्रभावों की जाँच करता है। करो, विदेशी स्वामित्व और विकृतियों की अनुपस्थिती मे विदेशी आगंतुको मे वृद्धि केवल कल्याण को बतायेगी। फेक्टर गतिशीलता और विदेशी स्वामित्व पर्यटन से लाभ को कम करते हैं, जबकी वस्तु कर उन्हे बढ़ाती हैं।
12	मेटिन कोजाक, माइक रिमिंगटन	1998	बेंचमार्किंगः डेस्टिनेशन अट्रेक्टिवनेस एंड स्माल होसपिटेलिटि बिजनेस परफोरमेंस	बेंचमार्किंग एक छोटे आतिथ्य क्षेत्र में भी अपनी भूमिका अदा करता है। इसके माध्यम से केवल छोटे व्यवसाय ही नहीं बल्कि पर्यटन गंतव्य पर भी सेवा की गुणवत्ता में सुधार लेने की संभावनायें है। गंतव्य योजना बनाने व रणनीति विकास के लिए बाहरी बेंचमार्किंग की जरूरत है।
13	मेटिन कोजाक, माइक रिमिंगट	1999	मेंजरिंग टूरिस्ट डेस्टिनेशन कोम्पिटेटिवनेसः कोनसेप्चुअल कनसिडेरेशन एंड इंपिरिकल फांडिंग्स	यह अध्ययन अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक के लिए प्रतिस्पर्धात्मक दृष्ट्रिकोण स्थापित करने की एक विधि प्रस्तुत करता है। जो कि मात्रात्मक व गुणात्मक दोनों प्रकार के समंक संग्रह द्वारा किया गया है। 1998 की गर्मियों में तुर्कीका दौरा कर यह निष्कर्ष निकला गया की भूमध्यसागर भी गंतव्य है।
14	चमपनूट मरचेंट	2003	ए स्टडी ऑफ डेस्टिनेशन अट्रेक्टिवनेसः ए फोकस ऑन चिऑगं माइ, थाइलैंड	यह अध्ययन एक गंतव्य की समग्र आकर्षण में अतंदृष्टि प्राप्त करना चाहता है। मल्टी–ऐट्रिब्यूट्स फिश विन मॉडल प्रयोग किया गया है। गंतव्य आकर्षण की अवधारणाओं के लिए विश्लेषण के बहु गुण मॉडल उपयोगी हैं।
15	अतिल्ला अकबाबा	2006	मेजरिंग सरविस क्वालिटि इन द टूरिज्म इंडस्ट्री	इसमें बताया गया है कि प्रदत्त की जाने वाली सेंवाएं भी पर्यटन उद्योग को प्रभावित करती हैं चाहे वो सेवा होटल में भोजन से जुड़ी हो या ठंडा गर्म पानी की सुविधा हो, इंटरनेट जैसी सुविधा हो। यही मुख्य बिंदु है जो पर्यटकों को

				आकर्षित करता है।
16	जिऑफ्री क्रोच	**2008**	मोडलिंग डेस्टिनेशन कोम्पिटेटिवनेसः ए सर्वे एंड अनालायसिस ओफ द इंपेक्ट ओफ कोम्पिटेटिवनेस एट्रिब्यूट्स	इस अध्याय का उद्देश्य उन गुणों के महत्व और प्रभाव में अंतदृष्टि विकसित करना है–जो स्वरूप देते हैं पर्यटन स्थलों की प्रतिस्पर्धात्मकता को। प्रतिस्पर्धात्मकता के गुणों को पहचान कर गंतव्य प्रतिस्पर्धात्मकता में सुधार के लिए रणनीति बनायी गयी है।
17	अनेट टोसार	**2010**	कोम्पिटेटिवनेस टूरिज्म डेस्टिनेशन डेवलेपिंग ए न्यू मोडल ऑफ टूरिज्म कोम्पिटेटिवनेस	इसके अंतर्गत लेखक पर्यटन प्रतिस्पर्धात्मकता का एक नया मॉडल स्थापित करता है। साथ ही यह मॉडल की प्रभावशीलता को प्रकट कर अन्वेषण करने का प्रयास करता है। यह एक नया मॉडल है। जो कि मौजूदा राष्ट्रीय अन्तर्राष्ट्रीय मॉडल के विपरीत अधिक जटिल और बहुस्तर तुलनात्मक पूर्ण है। पर्यटन में शामिल पर्यटक, स्थानीय लोग, विशेषज्ञों तीनों के हितों की रक्षा करना मॉडल का उद्देश्य है।
18	अम्बेशमन	**2010**	द इंपोर्टेन्ट ऑफ क्लाइमेट एंड वेदर फोर टूरिज्म	मौसम और जलवायु पर्यटन को प्रभावित करती है। पर्यटन व्यवसाय पूर्णरूप से जलवायु पर निर्भर करता है। पर्यटक जलवायु और मौसम के अनुसार अपनी भ्रमण हेतु कार्यप्रणाली तैयार करते हैं। पर्यटकों को आकर्षित करने का जलवायु अहम् भूमिका निभाती है।
19	अर्श दयाल, अमल शर्मा	**2010**	इंपेक्ट असेसमेंट ऑफ एनवायरमेंट पोपूलेशन ऑफ द ताजमहल	ताजमहल जो की संगमरमर से बना है सात आश्चर्य में से एक है। वह भी निरंतर वायु व जल प्रदूषण के प्रभाव में आकर अपनी पहचान व चमक खोता जा रहा है। ताजमहल के सौंदर्य के खो जाने से संभावना है कि विदेशी पर्यटकों को यह कम आकर्षित कर पाये इसलिए इस तथ्य पर विचार करना अति आवश्यक है कि किस प्रकार ताजमहल को प्रदूषण का शिकार होने से बचाया जा सकता है।
20	सुरभि श्रीवास्तव	**2011**	इकोनोमिक पोटेंशियल ऑफ टूरिज्मः ए केस स्टडी ऑफ आगरा	इन्होंने बताया है कि पर्यटकों को अधिकतर आर्थिक स्थिति प्रभावित करती है। आगरा में अत्यधिक पर्यटक आते हैं परन्तु वे ताजमहल के अलावा अन्य पर्यटन स्थलों से पूर्ण रूप से परिचित नहीं हैं। न ही यहाँ का आधारभूत ढांचा मजबूत हैं। इसलिए विदेशी सैलानी यहाँ नहीं ठहर पाते हैं न ही वे होटल गाइड

				देते हैं जिससे पर्यटकों को गंतव्य स्थल की पूर्ण जानकारी नहीं मिल पाती है। इसलिए आवश्यक है कि सरकार पर्यटन के क्षेत्र को और अधिक विकसित करनें में अपना अहम् योगदान दे।
21	लोरेंट बाटी, निकोलस पेपोच	2013	मल्टी क्राइटेरिया **इलेक्ट्री** मेथड एंड डेस्टिनेशन कोम्पिटेटिवनेस	इस शोध नोट का उद्देश्य बहु मानदंड निर्णय विश्लेषण विधि के आवेदन को लागू करना है। अन्य विधियों के माध्यम से किसी भी क्षेत्र में आवेदन कर सकते हैं प्रतिस्पर्धी फायदे प्रतिस्पर्धात्मकता से जुड़े हुए हैं।
22	सुल्तान सींह जैसवाल	2014	रोल ऑफ टूरिज्म इंडस्ट्री इन इंडियन डेवलेपमेंट	इसमें बताया है कि भारत में पर्यटन उद्योग तेजी के साथ उभरने वाला उद्योग बन गया है। लेखक ने इस बात पर जोर दिया है कि किस तरह पर्यटकों के लिए गंतव्य उभर के सामने आ रहे हैं और किस तरह नए–नए अनुभव, अविष्कार तकनीक पर्यटकों को बढ़ावा दे रही है। पर्यटन ने अर्थव्यवस्था पर अधिक सकारात्मक प्रभाव डाले हैं रोजगार को बढ़ावा देकर विदेशी विनियम अर्जित किया।
23	शिव कुमार शर्मा	2014	वाय द ताजमहल कम्स फस्ट एंड आगरा सैकंड	इन्होंने बताया कि आगरा में कई संभावित मुद्दे हैं। जिन्हें उठाकर पर्यटन की गुणवत्ता को और अधिक प्रभावशाली बनाया जा सकता है। आगरा की स्वयं की ऐसी बहुत सी कमियाँ है जिनकी वजह से सिर्फ आकर्षण का केन्द्र बिन्दु ताजमहल ही बना हुआ है अन्य पर्यटन स्थल आकर्षण के दृष्टिकोण से बहुत दूर हैं। आगरा का पर्यावरण, वातावरण, आधारभूत ढांचा व सुरक्षा की दृष्टि से पर्यटकों को असहज बनाता है।
24	एनद्राडु कलडितो, सनचेज. राइवेरो	2014	टूरिज्म डेस्टिनेशन कोम्पिटेटिवनेस फ्रोम ए डिमांड पोइंट ऑफ व्यू: एन इंपिरिकल एनालायसिस फॉर इंडोनेशिया	इस आलेख का उद्देश्य पर्यटन गंतव्य प्रतिस्पर्धात्मकता को मांग के दृष्टिकोण से विश्लेषण करना है इसमें लेखक ने ''टी0 डी0 सी0'' के निर्धारकों की प्रांसगिकता के मूल्यांकन का स्पष्टीकरण किया है।
25	रोबर्टो क्रेटी, ट्रिफोनी मिश्राही	2015	द ट्रेवल एंड टूरिज्म कोम्पिटेटिवनेस रिर्पोट 2015: टि एंड टि एज ए रेजिलिंट कोंट्रिब्यूशन टू नेशनल	पर्यटन मिश्रित स्वरूप का होता है जिसमें राष्ट्रीय व अंतराष्ट्रीय आंगतुकों का जमावड़ा लगा रहता है। यह क्षेत्र भविष्य में विकास के लिए संभावित है। पर्यटन बहुत सी अर्थव्यवस्थाओं को आपस में

			डेवलेपमेंट	जोड़ कर एक संगठित स्वरूप प्रदान करता है।
26	डॉ0 वी0 सांठी	**2016**	टूरिज्म इंडस्ट्री इन इंडियाः इमरजिंग ट्रेंड एंड चेलेंजेस	साठी के अनुसार इन दिनों पर्यटन प्रसिद्ध उद्योग रहा है। पर्यटन उद्योग से लाभ कई क्षेत्रों में मिला है। रोजगार अवसर सेवा क्षेत्र को वृद्धि, विदेशी विनिमय, आर्थिक वृद्धि, मनोरंजन में वृद्धि, अंतर्राष्ट्रीय संबधों में सुधार, कल्याण में वृद्धि। फिर भी कुछ ऐसी समस्याएँ हैं पर्यटन से जुड़ी हैं तथा जिनका समाधान समयानुसार नहीं हो पाया है। आवागमन की सुविधा पूर्ण रूप से पर्यटनों को नहीं मिल पाती है।

साहित्य पुनर्वालोकन के पश्चात शोध अंतराल को देखते हुए कुछ शोध प्रश्न तैयार किये गये हैं। जो कि निम्नलिखित हैं।

शोध प्रश्न–

- आगरा शहर में पर्यटन की मांग क्या है? वे कौन से कारक है जो पर्यटन कि मांग को प्रभावित करते है?
- आगरा में पर्यटन के संबंध में परिवहन और आवास सुविधाओं की वर्तमान स्थिति क्या है?
- आगरा शहर में पर्यटन की कितनी संभावनाएँ है?

अध्ययन का महत्व

उपर्युक्त साहित्य पुनर्वालोकन के माध्यम से यह अनुमान लगाया जा सकता है कि कई लेखकों ने पर्यटन उद्योग के क्षेत्र में कई अलग अलग दिशाओं में अध्ययन किया है परन्तु शोधार्थिनी द्वारा किये जाने वाले शोध अध्ययन में उन दिशाओं या उन संभावनाओं को लिया गया है जोकि आज तक नहीं किया गया है

और भविष्य में पर्यटन क्षेत्र को एक मजबूत आधारशिला प्रदान कर सकता है। अधिकांश अध्ययन भारत में आगरा के अतिरिक्त देश के अन्य शहर एंव पर्यटन ढांचे पर ध्यान केंद्रित हैं।

शोध उद्देश्य

- पर्यटन की मांग को प्रभावित करने वाले निर्धारकों की पहचान करना।
- पर्यटन क्षेत्र में परिवहन और आवास सुविधाओं का आंकलन करना।
- आगरा के सामाजिक आर्थिक विकास में पर्यटन की भूमिका का अध्ययन करना।
- आगरा की पर्यटन क्षमता का परीक्षण करना।

शोध परिकल्पना

- H01 पर्यटन विकास और आर्थिक विकास के मध्य कोई महत्वपूर्ण सह– संबंध नहीं है।
- H02 आगरा के परिवहन और आवास सुविधाओं में कोई उल्लेखनीय सुधार नहीं हुआ है।
- H03 आगरा के सामाजिक आर्थिक विकास में पर्यटन की कोई महत्वपूर्ण भूमिका नहीं रही है।

शोध रूप–रेखाः–

भौगोलिक क्षेत्र	आगरा जिला
शोध क्षेत्र	आगरा पर्यटन क्षेत्र
अध्ययन के स्त्रोत	प्राथमिक व द्वितीय आंकड़े
प्राथमिक स्त्रोत	प्रश्नावली, साक्षात्कार
द्वितीय स्त्रोत	पर्यटन मंत्रालय से प्राप्त आकडें, अखबार, शोध पत्र
शोध की प्रकृति	अन्वेषणात्मक, विश्लेषणात्मक
प्रतिदर्श आकार	384 आगरा में आने वाले देशी–विदेशी पर्यटक
सांख्यिकी उपकरण	प्रवृत्ति विश्लेषण, प्रतिपगमन विश्लेषण, अनुसंधानमूलक कारक विश्लेषण, बहु मापदंड निर्णय अंकन उपकरण– डबल्यू0 एस0 एम0

शोध प्रस्तावनाः-

1. शोध की प्रकृति अन्वेषणात्मक, विश्लेषणात्मक है।
2. शोध प्राथमिक आकड़ों पर आधारित है। जो कि प्रश्नावली, साक्षात्कार के माध्यम से एकत्रित किया जायेगा।

3. द्वितीय आकड़ों में पर्यटन मंत्रालय से प्राप्त ऑकडे, एम0 ओ0 एस0 पी0 आई0, अखबार, शोध पत्र, सरकारी बेवसाइट आदि की मदद ली जायेगी।

4. पर्यटन स्थलों की मांग को निर्धारित करने वाले कारकों की पहचान करने हेतु एक सूची बनायी जायेगी जो कि पिछले अध्ययनों, प्रकाशनों और अन्य दस्तावेजों के विश्लेषण पर आधारित होगी।

4.a मापदंडो का चयन– शोधपत्रों के आधार पर मापदंड निश्चित किये जायेगें।

4.b पायलट अध्ययन– प्रारम्भिक मार्गदर्शन हेतु की जायेगी।

4.c अन्वेषण विधि– अंतिम चरण में आवश्यकता अनुसार मापदंडों में छटनी की जायेगी।

5. सांख्यिकीय उपकरण के आधार पर एक मॉडल विकसित किया जायेगा। जो कि अध्ययन में मददगार होगा।

प्रतिदर्श चुनाव:-

पर्यटन विभाग की वार्षिक रिपोर्ट 2017 के अनुसार आगरा के पर्यटन स्थलों पर पिछले 4 वर्षों में आने वाले पर्यटकों के आकड़ों को लिया जायेगा। उन्हीं 4 वर्षों के आकड़ों के आधार पर घरेलू व अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों का औसत तथा एक निश्चित अनुपात निर्धारित किया जायेगा।

क्षेत्र	**पिछले 4 वर्षों में कुल पर्यटकों की औसत संख्या**	**घरेलू पर्यटकों का अनुपात**	**विदेशी पर्यटकों का अनुपात**
आगरा पर्यटन	1,025,4,021	330 86 प्रतिशत	54 14 प्रतिशत

स्त्रोतः पर्यटन विभाग, वार्षिक रिर्पोट 2017

परिमित न्यादर्श फार्मूला का उपयोग करते हुए, न्यादर्श का आकार 384 जनसंख्या के अनुसार निर्धारित किया गया है। जिसमें से 330 घरेलू एवं 54 विदेशी पर्यटक होंगे।

प्रस्तावित अध्याय

प्रथम अध्याय– प्रस्तावना

- प्रस्तावना
- भारत का पर्यटन
- आगरा का पर्यटन
- अध्ययन का महत्व

द्वितीय अध्याय– साहित्य का पुनर्वालोकन

- भारतीय लेखकों द्वारा समीक्षा
- विदेशी लेखकों द्वारा समीक्षा

तृतीय अध्याय– शोध प्रारूप

- अध्ययन के उद्देश्य
- अध्ययन की परिकल्पना
- शोध रूप–रेखा एंव प्रतिदर्श चुनाव

चतुर्थ अध्याय

- भारत में पर्यटन की मांग एवं पूर्ती।

  1 पर्यटन की मांग को प्रभावित करने वाले कारक।

  2 पर्यटन क्षेत्र मे आवास और परिवहन के विशेष संदर्भ मे भारत में पर्यटन की आपूर्ति।

पंचम अध्याय

आगरा में पर्यटन का आर्थिक विश्लेषण।

सन्दर्भ ग्रन्थ

- Akbaba, A.(2006). Measuring services quality in the hospitality industry: A study in a business hotels in Turckey, International Journal of Hospitality Management, 25(2), 170192.
- Amaya- Malinar, C.M.,Sosa- Ferreira, A.P., Onchoa-Llamas, I.,& Moncada-Jimenez, P. (2017). The perceptionof destination competitiveness by tourists.
- Andrades- Caldito, L., Sanchez- Rivero, M., & Pulid0- Fernanndez, J.I. (2014). Tourism Destination Competitiveness from a demand point of view: An empirical Analysis for Andalusia
- Barbosa, L.G.M., Oliveira, C.T.F.D., & Rezende, C. (2010). Competitiveness of tourist destinations: The study of 65 key destinations for the development of regional tourism. Revista de Administracao Publica, 44(5), 1067-1095
- Becken, S. (2010). The Importance of Climate and Weather for Tourism, An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, www.lincoln.ac.nz
- Botti, L., & Peypoch, N. (2013). Multi-Criteria ELECTRE method and destination competitiveness. Tourism management Perspectives, 6, 108-113.
- Buler, R. W. (1999). Sustainable Tourism: A State-of-the art Review. An International Journal of Tourism Space, place and Environment, 1(1), 7-25
- Chattopadhyay, K. (1995). Economic Impact of Tourism Development: An Indian Experience. Kanishka Publishers.
- Choi, H. S. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring Residents attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. Journal of Travel Research, 43(4), 380-394.
- Crotti, R., & Misrahi, T. (2015). The Travel &Tourism Competitiveness Report 2015- Growth through shocks. In World Economic Forum
- Dragicevic, V., Jovicic, D., Blesic, I., Stankov, U., & Boskovic, D. (2012). Business tourism destination competitiveness: A case of vojvodina province (Serbia). Economic research-Ekonomska istrazivanja, 25(2), 311-332.

- Ghafari Gilandeh, A., Dadazade Silabi, P,. & Ghadimi, M. (2017). Ranking Tourism Attractions Based 0n potential to Attract Tourists by using Numerical Taxonomg Model (case: city of Khoy). Journal of Urban Economics and Management, 5(20), 113-126.
- Goodwin, H.J. (1998). Tourism, conservation, and sustainable development: case studies from Asia and Africa (no. 12). IIED.
- Gronroos, C. (1984). Aservice quality model and its marketing implications. European Journal of marketing, 18(4), 36-44.
- Gupta, V. (2008). Adoption and Use of ICT in Indian Tourism. citeseerx.ist.psu.edu.
- Hafiz Hanafiah, M., Hemdi, M.A., & Ahmad, L. (2016). Does Tourism destination competitiveness lead to performance? A case of ASEAN region. Tourizam: Medunarodni Znanstreno- Strocni Casopic, 64(3), 251-260.
- Hjalager, A. M. (2010). A Review of Innovation Research in Tourism. Tourism Management, 31(1), 1-12.
- Jaswal, S. S. (2014). Role of Tourism Industry in India Development. Journal of Tourism and Hospitality, 3(2).
- Kala, Neha. (2008). Host perception of heritage tourism impact with special reference to the city of Jaipur. South Asian Journal of tourism and heritage, 1(1), 65-74.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1998). Benchmarking: destination attractiveness and small hospitality business performance. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 10(5), 184-188
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination comprtitiveness: conceptual consideration and empirical finding.
- Komsic, J., & Dorcic, J. (2016, January). Tourism destination Competitiveness and online Reputation: Conceptualization and literature framework Analysis.

- Kumar Sharma, S. (2014). WHY THE TAJMAHAL COMES FIRST AND AGRA SECOND?" International Journal of Commerce Business and Management, https://www.researchgate.net>publication
- Kozak, M., & Rimmington, M. (1999). Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings 1. International Journal of Hospitality Management, 18(3), 273-283.
- Law, R., Qi, S., & Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research. Tourism management, 31(3), 297-313.
- Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social Media in Tourism & Hospitality: A literature review. Journal of travel & Tourism Marketing, 30(1-2), 3-22.
- Lunius, R.F., Cismaru, L., & Foris, D. (2015). Raising competitiveness for tourist destination through Information Technology within the Newest Tourism Action Framework Proposed by the European commission. Sustainability, 7 (9), 12891-12909.
- Malra, R. (2014). Gamification in Hospitality Industry: Scope and Significance. SAJOSPAS, 15(1), 99-100.
- Ohlan, R. (2017). The Relationship between Tourism, financial Development and Economic Growth in India. Future Business Journal, 3(1), 9-22.
- Padmasani, Remya. V, "Predictors of Behavioral Intention of Health Tourism (2017), SAJOSPAS, vol. 18, no. 1, pp. 128-132.
- Pearce, Philip L. (2012). Relationship and the tourism experience: challenges for quality-of-life assessment. In Handbook of Tourism and quality-0f-life Research (pp. 9-29). Springer, Dordrecht
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of Tourists emotional experiences and satisfaction in understanding behavioural intentions. Journal of Destination Marketing & Management, 2(2), 118-127.

- Risso, W. A., Barquet, A., & Brida, J.G. (2009) Causality between Economic Growth and Tourism Expansion: Empirical evidence from Trentino-Alto Adige. TOURISMOS, 5 (1), 87-98
- Santos, M.C., Ferrira, A.M., & Costa, C. (2014). Influential factors in the competitiveness of mature tourism destination. Tourism & Management Studies, 10(1), 73-81.
- Santhi, V. (2016). Tourism Industry in India: Emerging Trends and Challenges. South Asian Journal of Socio Political Studies, 17,109-112
- Sengupta, V., & Bansal, A. (2012). An empirical study on use of ICT in front office operation as a tool to improve service quality and increased revenue generation. Arth Prabhand: A Journal of Economic and Management, 1(1), 1-18
- Singla, M. (2014). A Case Study on Socio-Culture Impact of Tourism in the City of Jaipur. Journal of Business Management & SSR, 3(2), 22-30.
- Shrivastav, S. (2011). Economic Potential of Tourism: A Case Study of Agra. International Multidisciplinary Journal of Tourism, https://www.researchgate.net>publication
- Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). Tourism economic research: A review and assessment. Annals of Tourism Research, 39(3), 1653-1682.
- Tozser, A. (2010). Competitiveness tourism destination developing a new model of tourism competitiveness. Unpublished ph.D thesis Booklet. Faculty of economics, university of Miskolc. Available at: http: //www.gei. unimiskolc.hu/phd/ tezisfuzetek/ tozser- Tezisfuzet-ENU. Pdf (accessed 13 April 2016).
- Williams, P. (1990). Tourism Technology and Environment. Journal of Travel Research, 29 (2), 112-120
- Williams, A., & Shaw, G. (1998). Tourism and the environment: sustainability and economic restructuring. Tourism and the environment: sustainability and economic restructuring. 49-59.

- Zainuddin, Z., Radzi, M.S., & Zahari, M.S.M. (2013). Perceived Destination Comprtitiveness of Langkawi Island, Malaysia: A preliminary finding. Percedia- social and Behavioural science, 105, 801-810

WEBSITES

journals.sagepub.com

shodhganga.inflibnet.ac.in.>bitstream

Researcharchive.lincoln.an.az

https://doi.org/10.1080

https://doi.org/10.1016/j.tourman

https://m.timesofindia.com

indiatoday.into.in

m.the hindu business line.com

www.realitytourism.org

https://tourismdevelopmentrevision.weebly.com

www.essaysinhindu.com

passionconnect.in>articleview